



Abb. 1: Mauricio, Felipe und Apolinar begutachten "ihre" ethnische Abteilung im Museo Nacional de Antropología, Mexiko-Stadt.  
Foto: Ingrid Kummels

Ingrid Kummels/Alexander Brust

## Volkskultur(en): Innovative Tradition und globaler Markt

### 1. Einleitung

Das Bild von dem, was wir mit mexikanischer Volkskultur assoziieren, wandelt sich über die Jahre: Früher dachte man spontan an malerische religiöse *fiestas*, 'indianisches' Kunsthandwerk, wie auf Amate-Rindenpapier gemalte Bilder, wuchtige Kerzenleuchter aus Ton und feine, farbenfrohe gewebte *huipiles*, Musik der *mariachis* und melancholischer *corridos*, Stierkampf und schamanistische Praktiken. Produzenten von Volkskultur waren diesem Verständnis nach Indianer oder sich autonom versorgende mestizische Bauern, die in abgelegenen ländlichen Regionen lebten. Im Zeitalter der Globalisierung wendet sich unser Blick heute auf Produkte, die gerade von der 'Zusammensetzung' und der 'Ungleichzeitigkeit' zeugen oder diese explizit thematisieren: *Airport-Art* im Taschengepäckformat, Wandteppiche aus Oaxaca mit Picasso- oder Paul-Klee-Motiven, Schwitzhüttenzeremonien, die kosmopolitische Huichol-Schamanen mit einer beachtlichen Zahl von *New Age*-Anhängern durchführen, sowie *world music*, die von den indigenen Musikern, ihren Klängen und Musikinstrumenten lebt. Vertreter der fragmentierten Moderne und ihre Produkte prägen längst das offizielle Mexiko-Bild. So stellten das mexikanische Außenministerium und der Nationale Rat für Kultur und Künste (CONACULTA) bei dem Festival "MEXartes" in Berlin Kunsthandwerk 'traditioneller' Art (Fomento Cultural Banamex 1998) neben die Werke weltgewandter indianischer Fotografen und Schriftsteller, die traditionelle Themen in moderner Form behandeln. Auch diejenigen, die als Gegenpol zu den Indianern gedacht werden, die Wohlhabenden von Mexiko-Stadt, zeigte die Ausstellung aus einer ungewöhnlichen Perspektive: Sie hatten sich in ihren Wohnpalästen vor dekadenten Kitschdekors porträtieren lassen und parodierten damit unfreiwillig den Lebensstil der 100 Reichsten der Erde (MEXartes-Berlin.de-Festivalreader 2002).

Kulturelle Elemente, die ursprünglich in Raum und Geschichte getrennt waren, unterliegen im Zuge der globalen Vernetzungen beschleunigt der Vermischung. Diese Hybridität umfasst alles und ist allgegenwärtig – so die

Denkfigur, die aktuell die Weltsicht vieler prägt. Das Klischee, dass gerade auf dem Land, dort wo ‘das Volk’ lebt, die Kultur rein, ursprünglich und authentisch sei, wird durch das neue Paradigma in Frage gestellt, wenn auch nicht gänzlich aufgelöst. Auch wer Volkskultur in hybriden Produkten identifiziert, denkt meist immer noch implizit in Gegensatzpaaren und glaubt, klar zwischen dem Volkstümlichen und dem Hochkulturellen, zwischen Tradition und Moderne, zwischen museal-versteinerter Folklore und den vitalen Hybridformen des Straßenlebens trennen zu können (García Canclini 1989: 192). Dies droht den Blick dafür zu versperren, dass es lokal eigenständige Initiativen und Entwicklungen gibt (MacClancy 1997: 15).

Im Folgenden betrachten wir Volkskultur als Bereich, in welchem eine Vielzahl unterschiedlicher Kräfte wirkt. Für diesen Bereich sind gerade wechselseitige Einflüsse, Vermischungen und Überlappungen zwischen den als Oppositionspaaren gedachten Akteuren, Produkten und Produktionsprozessen charakteristisch. Bauern, Migranten, städtische Arbeiter, Zwischenhändler, Unternehmer, Entwicklungspolitiker, Kulturfunktionäre, Volkskundler, Kommunikationswissenschaftler, Ethnologen, Landes- und Nationalpolitiker verhandeln und streiten um Bedeutungen und Praktiken, die als “volkskulturell” konzipiert werden – meist im Sinne von: der Kultur der untergeordneten Klassen zugehörig und von der Massenindustrie unberührt oder unbeeinträchtigt und daher ‘authentisch’. Diese Verflechtungen machen es notwendig, liebgewordene Gewissheiten zu hinterfragen, wie die, dass ‘das Volk’ in Mexiko vor allem auf dem Land lebt. 75% der Bevölkerung Mexikos wohnen in Städten (INEGI 2001). Ein Großteil der Landbevölkerung migriert saisonal und ist infolge in transregionale oder transnationale Gemeinden eingebunden wie im Fall der Mixteken, deren Leben durch die bipolare Orientierung an Oaxaca und Kalifornien strukturiert wird (Kearney 1996). Viele Bauern gehören ein Teil des Jahres zum städtischen Proletariat. Auch stellt man sich gemeinhin ländliche Haushalte als ausgestattet mit ‘volkskulturellen’ Gütern vor. Dabei übersieht man, dass deren Bewohner oft industrielle Produkte bevorzugen oder mit selbsterzeugten Produkten kombinieren, während sie Tonkrüge, Holzutensilien und andere ‘traditionelle’ Güter speziell als Kunsthandwerk nur noch für den Verkauf herstellen (Rowe/Schelling 1991: 65-66; Nash 1993: 10). Gerade “Volksfeste” zeugen von den vielfältigen Überlappungen. Als Beispiel sei die Kleinstadt Huejuquilla im Bundesstaat Jalisco erwähnt. Die Osterzeit ist Anlass für viele Migranten, die in den USA, insbesondere in Chicago leben, in ihre Heimatstadt zurückzukehren und gemeinsam mit den in Huejuquilla wohnenden

Mestizen ein – auch in ihren Augen – “typisch mexikanisches” Fest zu begehen. Bewusst kombinieren sie lokale Osterbräuche – die Franziskaner übermittelten sie während der Kolonialzeit den früher in der Gemeinde lebenden Huichol-Indianern – bis hin zu rezenten Freizeitmustern aus den USA (Schäfer 1999). Seit Jahren wird das Festgeschehen von einem einheimischen Filmemacher aufgezeichnet, denn die Erinnerungsvideos finden bei den Migranten reißenden Absatz. In diesem Fall sind die Produzenten dieser Version mexikanischer Volkskultur auch deren beste Abnehmer (García Canclini 1982: 85f.).

## **2. Der mexikanische Staat und die Volkskultur: Das ästhetische Fundament nationaler Identität**

Ab Beginn des 20. Jahrhunderts wurde das indianische Kunsthandwerk im Rahmen des *indigenismo* und indigenistischer Programme als ein wesentliches Symbol der Nation gefördert. Intellektuelle und Mitarbeiter staatlicher Stellen rückten im Zuge der mexikanischen Staatsbildung ‘das Indianische’ ins Zentrum des Nationalbewusstseins. Dies geschah aus zwei Gründen: Einerseits empfand man die junge Nation als besonders uneinheitlich und lastete dies der Existenz zahlreicher indianischer Völker an. Man glaubte dieses Problem hauptsächlich durch die Integration der Indianer in eine als “mestizisch” konzipierte Bevölkerung lösen zu können. Andererseits hielt man die Kultur der präkolumbischen Indianer hoch, denn in den Errungenschaften der Azteken und Maya wie Kalender, Architektur und Kunst sah man einen Garanten für die Einzigartigkeit und Überlegenheit Mexikos gegenüber den geschichtlich jungen und seelenlos technokratisch orientierten USA. Manuel Gamio trug entscheidend zu einer Neubewertung der präkolumbischen Kunst bei, die bis dahin gegenüber dem Kanon europäischer Kunst als minderwertig eingestuft worden war. Mit der Ausgrabung der Ruinenstätte Teotihuacán nahe der Hauptstadt legte er den Grundstein dafür, das dieses zum wichtigsten öffentlichen Monument des Landes aufstieg. Gleichzeitig regte er die Bewohner der Umgebung an, Kunsthandwerk nach alten Vorbildern zu produzieren (Brading 1989: 273). Auch dies sah er als entscheidenden Schritt an, um die prähispanischen Zivilisationen als Fundament der mexikanischen Geschichte zu institutionalisieren. 1932 brachte Salvador Novo den zentralen Symbolcharakter der Volkskultur für die Nation auf den Punkt und erklärte, dass “die Puppen aus Flechtwerk, die Zierkürbisschalen, das Keramikspielzeug und die polychromen Schulterdecken (*sarapes*)... ein



gehobenes Volksbewusstsein und ein Bewusstsein von Nationalität vermitteln, das uns vormals fehlte" (García Canclini 1982: 102, Übersetzung I. K.).

Eine Reihe von nationalen Regierungsbehörden widmete sich vor allem ab den fünfziger Jahren der Förderung und Vermarktung von Kunsthandwerk, auch angesichts der Tatsache, dass der Tourismus in Mexiko ein wichtiger Wirtschaftszweig wurde. Die Produktion von Kunsthandwerk war aus Sicht der staatlichen Entwicklungshelfer die perfekte Ergänzung zur landwirtschaftlichen Tätigkeit. In der Zeit, in der ein *campesino* nicht auf dem Feld arbeitete, konnte er materielle Kultur produzieren. Aktuell sind das *Instituto Nacional Indigenista* (INI), gegründet 1948, *Fondo Nacional de Artesanía* (FONART), gegründet 1974, und *Dirección General de Culturas Populares e Indígenas* (DGCPI), gegründet 1978, die bekanntesten Institutionen, die Kredite an organisierte Handwerkergruppen wie Kooperativen vergeben, sie künstlerisch, technisch und verwaltungstechnisch unterstützen, um gezielt Innovationen einzuführen sowie den An- und Verkauf von Kunsthandwerk zu organisieren. Den selben Aufgaben widmen sich auf regionaler Ebene Institutionen wie *Artesanías e Industrias Populares del Estado de Oaxaca*, gegründet 1981, *Coordinación Estatal de la Tarahumara*, gegründet 1987, und in den letzten Jahren auch private Stiftungen wie der *Fomento Cultural Banamex*. Viele Kunsthandwerker verkaufen jedoch nach wie vor lieber an private Händler oder Einkäufer, da staatliche Institutionen wie FONART die Produkte nur in Kommission nehmen und letztlich einen Betrag auszahlen, der unter den marktüblichen Einkaufspreisen von Privathändlern liegt. Staatliche Programme übersehen oft die lokalen wirtschaftlichen Variablen, die Vielfalt der Strategien der Einkommenssicherung, die Bedeutung der Verwandtschaftsbindungen für den Produktionsprozess und die Vorgaben des regionalen, nationalen und internationalen Marktes (Cohen 1998: 78-80).

INI und FONART betreiben in Großstädten Läden, die ausgewähltes Kunsthandwerk anbieten. Deren lokale Herkunft und individuelle Hersteller benennen sie selten. Vielmehr führen sie sie durch die Zusammenstellung und Präsentation im Laden einem "typisch mexikanischen Gesamten" ("*lo típico*") zu (Stephen 1991a: 138-139; García Canclini 1982: 126-129). Häufig werden ungewöhnliche Erzeugnisse mit fantasievollen Motiven und aufwendigem Design bevorzugt – wie die surrealistisch wirkenden Teufelskeramiken aus Ocumicho, Michoacán – und erfahren so eine Aufwertung auf dem Markt (Dietz 1992: 17-20; McClancy 1997: 14). Das Prinzip "des aus dem Kontext reißen und einem nationalen Gesamtkulturgut unterordnen"

wurde auch in der Abteilung "Ethnologie" des bekannten *Museo Nacional de Antropología* angewandt (García Canclini 1989: 174-177, 198).

Lokale Entwicklungen weichen von der homogenisierenden Kulturpolitik der Zentralregierung ab und stehen zugleich in einem Spannungsverhältnis dazu. Im Folgenden wollen wir speziell Ausschnitte der Volkskultur in den Bundesstaaten Chihuahua und Oaxaca näher betrachten. Ein Schwerpunkt wird auf dem Teil liegen, der als indianisch klassifiziert wird, da dieser das Bild der Volkskultur in Mexiko prägt. Doch auch der mestizische Teil wird Berücksichtigung finden, was schon aus dem Grund unerlässlich ist, dass die mestizische Mehrheit und die indianischen Minderheiten sich in Wettbewerbssituationen wie beim Verkauf von Kunsthandwerk über den Gegensatz zu 'den Anderen' definieren.

### 3. Chihuahua: Mexikos kulturelle Front zu den USA

Chihuahua galt in Mexiko lange Zeit als marginaler Bundesstaat, auch deswegen, weil es nicht zum Wunschbild der von präkolumbischen Traditionen geprägten mexikanischen Nation zu passen schien. Noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde es Andrés Molina Enríquez' Diktum gemäß als die Region verhöhnt, "in welcher die Kultur aufhört und der Geruch nach gegrilltem Fleisch beginnt" ("*región donde se acaba la cultura y empieza el olor a carne asada*"). Der Bundesstaat ist aber im Zuge des 1994 besiegelten Freihandelsvertrags mit den USA und Kanada in den Blickpunkt der nationalen Öffentlichkeit geraten. Die Mestizen, die Mehrheitsbevölkerung, wandten sich gegen die befürchteten negativen Folgen der neoliberalen Politik der Öffnung der Märkte seitens der PRI-Regierung. Sie besannen sich verstärkt ihrer einzigartigen regionalen Identität als *chihuahuenses* (Chihuahuenser) und grenzten sich von den *chilangos*, den Hauptstädtern, ab, die sie kollektiv für die Fehlentwicklungen verantwortlich machten.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Während andere mexikanische Mestizen sich im Einklang mit der Nationalideologie des *mestizaje* sowohl auf spanische als auch indianische Vorfahren berufen, heben die Chihuahuenser demgegenüber allein ihr spanisches Erbe hervor und den Umstand, dass ihre Vorfahren auf sich allein gestellt gegen den Widerstand der kriegerischen indianischen Ureinwohner ihren nördlichen Landesteil gestaltet haben. Mit *chilango* und *chilanga* sind im engeren Sinn die Bewohner der Hauptstadt gemeint, doch wird die Bezeichnung aus nördlicher Sicht auch auf Zentral- und Südmexikaner ausgeweitet.



Abb. 2: Ein moderner "altare de los muertos" in der Stadt Chihuahua  
Foto: Ingrid Kummels

### 3.1 Die Kontroverse um Halloween

Vor diesem Hintergrund gewannen kulturpolitische Debatten zwischen der Zentralregierung und dem Staat Chihuahua an Brisanz. Die Zentralregierung betrachtete parallel zur politischen Emanzipationsbewegung die speziellen volkskulturellen Ausdrucksformen im Staat Chihuahua mit Argwohn: *Narco-corridos*, folkloristische Drogenlieder, in denen zu traditionellen Weisen die Verstrickung Jedermanns in den Handel mit Marihuana und Mohn besungen wird, die grenzübergreifende Sub-Kultur der Jugendbewegung der *Cholos* und Alltägliches, das Einrichtungen aus den USA ‘unvollkommen’ zu imitieren scheint. Um der kulturellen “Amerikanisierung” entgegenzuwirken, engagierte sich die Regierungsabteilung *Dirección General de Culturas Populares* – die offiziell die lokalen volkskulturellen Manifestationen zu stärken hatte – in der Frage, wie man in Chihuahua den Allerseelen- und Allerheiligentag zu feiern habe. In den 1960er Jahren hatten viele Familien Chihuahuas begonnen, neben den traditionellen Friedhofsbesuchen am Allerheiligentag Halloween zu begehen. Hintergrund dieser Übernahme war die Wanderarbeit und langfristige Aufenthalte von Chihuahuensern in den USA. *Culturas Populares* bekämpfte Halloween in den 1990er Jahren über Vorträge, in denen der Vormarsch primär auf die materiellen Interessen von Kaufhauskonzernen zurückgeführt und diskreditiert wurde. Sie förderte im Gegenzug einen in Zentral- und Süd Mexiko weit verbreiteten Brauch: Mestizen und Indianer gedenken am Allerseelentag verstorbener Familienangehöriger mit einem opulenten Festessen. Es wird Zuhause ein Altar aufgebaut, der mit Fotos der Verstorbenen und den von ihnen geschätzten Gegenständen geschmückt ist. *Culturas Populares* und andere staatliche Institutionen führten diesen *altar de los muertos* in neuen Kontexten ein: Schüler, Studenten, Beamte und Angestellte hatten den Altar nicht mehr nur Zuhause, sondern an ihrer Ausbildungsstätte oder am Arbeitsplatz aufzustellen. Dies nutzten sie daraufhin, um ein regionalpatriotisches oder sonstiges politisches Bekenntnis abzugeben. Viele würdigten regionale Größen wie den Künstler David Siqueiros oder den Revolutionshelden Pancho Villa. Heute kombinieren als Folge viele Familien Chihuahuas alle drei “Traditionen”: Die Kinder feiern nach wie vor im US-Stil Halloween, die Erwachsenen pflegen die im Norden üblichen Friedhofsbesuche christlicher Tradition und beide begehen in Schulen und Behörden den *altar de los muertos* als “neueste Tradition”. Sie verweigern sich auf diese Weise der von Regierungsseite gewünschten eindeutigen Parteinahme für den ‘rein mexikanischen’ *altar de los muertos*. Der Konflikt zwischen der homogenisierenden Kulturpolitik der Zentralre-

gierung und die sich ihr entgegenstimmenden lokalen Kräfte wird alljährlich in den Chihuahuenser Tageszeitungen ausführlich und kontrovers kommentiert.

### 3.2 Kunsthandwerk in Chihuahua

Werfen wir nun einen Blick auf die kunsthandwerkliche Produktion und ihren Markt im Staat Chihuahua und zwar auf den identitätspolitisch wichtigsten Bereich, den des indianischen Kunsthandwerks, was in Chihuahua gleichbedeutend mit dem der Tarahumara- oder Rarámuri-Indianer ist.<sup>2</sup> Den 70.000 Rarámuri messen die Chihuahuenser Mestizen ein besonderes politisches Gewicht bei. Ihre "barbarischen, aber stolzen und freiheitsliebenden Ureinwohner" sind ihnen als Teil der neuen regionalen Identität wichtig. 1994 wurde den Rarámuri in der neu überarbeiteten Landesverfassung zum ersten Mal der Status eines *pueblo indígena* zugestanden. Zudem werden die Rarámuri als Touristenattraktion vermarktet. In Prospekten und Büchern, die das staatliche Tourismusministerium herausgibt, werden gern die Merkmale ihrer "Ursprünglichkeit" herausgestellt, etwa dass sie in Höhlen wohnen und unglaublich lange Strecken zu laufen vermögen. Dieses Bild täuscht darüber hinweg, wie unterschiedlich "die" Rarámuri tatsächlich sind und wie wenig sie allesamt mit dem Klischee von "Steinzeitmenschen" zu tun haben: Kleinbauern kombinieren Subsistenzproduktion mit saisonaler Lohnarbeit und gehen jedes Jahr für Wochen als Bauarbeiter in die Großstädte, als Erntehelfer in die kommerziellen Agrikulturbetriebe oder sind als Händler oder Bettler tätig. Einige Hundert Rarámuri arbeiten als Lehrer, Dolmetscher, Chauffeure und Krankenpfleger. Eine Gruppe von etwa 15.000 Rarámuri lebt zeitweise oder fest in den Großstädten von Chihuahua und widmet sich in der Mehrheit 'informellen' wirtschaftlichen Tätigkeiten (Kummels 2001).

Die Nachfrage nach Rarámuri-Kunsthandwerk ist in den beiden letzten Jahrzehnten deutlich gestiegen. Innerhalb von Mexiko schätzt man ihn aufgrund seiner präkolumbischen Wurzeln und "Primitivität". Dies gilt sowohl für Artefakte traditioneller als auch moderner Machart. Zu den ersten zählen einfache Körbe, relativ dickwandige und zum Teil sehr große Tonkrüge, Geigen, Trommeln, Gürtel mit raffinierten Kreuz- und Spiralmustern aus

<sup>2</sup> Die Mehrheit der Rarámuri siedelt in einem 50.000 km<sup>2</sup> großen Teil der Sierra Madre Occidental im Südwesten von Chihuahua. Dieses Gebiet nennt man im Volksmund die "Tarahumara". Weitere ethnische Gruppen Chihuahuas sind die indianischen Tepehuan (Eigenname: Odami), Pima (O'oba) und Guarijío (oder Makuráwe) sowie die platt-deutschsprachigen Mennoniten-Immigranten (Eigenname: Düütsche).

selbst hergestellter Wolle und/oder Kunstfaser sowie schwere Wolldecken. Die zweite, wirtschaftlich bedeutendere Produktgruppe umfasst dekorative Erzeugnisse, die man den Rarámuri zuordnet, die jedoch die Mehrheit der Rarámuri nicht selbst gebrauchen und oft von Mestizen hergestellt werden: kleine, rustikale Mensch- und Tierfiguren aus Holz, schmale, kurze Kunstfasergürtel, die nur einen dekorativen Zweck erfüllen, kleine Trommeln, die mit Motiven der präkolumbischen Paquimé-Kultur bemalt sind, kleine Tongefäße wie Obstschalen und Zuckerdosen, Lampen, die einen Tonkrug mit einem Lampenschirm aus Ziegenfell kombinieren, sowie rustikale Möbel aus grob behauenen Holzstämmen und geflochtenen Lederriemen. Während Chihuahuenser Mestizen Rarámuri-Körbe und Tonwaren seit langem für ihr Haushaltsinventar erstehen, kaufen sie heute zunehmend modernes Rarámuri-Kunsth Handwerk ein, um in Wohnungen und Büros die Verbundenheit zu den teils barbarisierten, teils idealisierten Indianern kundzugeben.

Einen Aufschwung hat jedoch der Handel mit Rarámuri-Produkten vor allem durch die angestiegene Nachfrage in den USA erhalten. US-Konsumenten erwerben sie als Komponenten des Wohnstils "Southwest". Möbel und dekorative Gegenstände verzieren für diesen Kulturraum typische geometrische Muster aufbauend auf Spirale und Kreuze sowie Elemente, die man mit dem 'Wilden Westen' verbindet. Im Zuge "der Verwandlung von Kultur zur Ware durch den Markt und der Verleihung eines kulturellen Charakters an Waren" (*"the market is now commoditizing more culture and making commodities more cultural"*; Hannerz 1996: 70), gelten heute die indigenen Völker als Garanten von Ursprünglichkeit auf dem globalen Markt (Brown 1998: 202). Der "Southwest"-Stil beeinflusst im Zuge dessen Inneneinrichtungen weit über die USA hinaus und findet auch in Mexiko, besonders in Chihuahua, Anklang. Unter der Rubrik "Southwest" wird Kunsthandwerk, das von Navajo- oder Pueblo-Indianern hergestellt wird, verkauft. Dessen Preis ist in den letzten Jahrzehnten deutlich gestiegen (siehe Abschnitt 5.). Aus diesem Grund weichen Einkäufer aus den USA zunehmend auf die ungleich preiswerteren Erzeugnisse der mexikanischen Rarámuri und Mestizen aus. So entdeckt man heute Rarámuri-Kunsth Handwerk in den USA in Einrichtungshäusern und *Indian Curious*-Geschäften sowie in den Läden namhafter Museen, doch meist ohne ethnische Kennzeichnung, da dies ihre Subsumierung unter dem "Southwest"-Stil entgegenstehen würde (Levi 1992: 18). Ein US-Unternehmer siedelte aufgrund der großen Nachfrage Mitte der neunziger Jahre einen kleinen Montagebetrieb für Kunsthandwerk in Chihuahua, in der Nähe von Cuauhtémoc an. Dort ließ er nach seinen





Abb. 3: Rarámuri beim Straßenverkauf in Torreón, Coahuila  
*Foto: Manfred Schäfer*



Abb. 4: Korbflechten in der "Freizeit" in Naráachi, Chihuahua  
*Foto: Ingrid Kummels*

Vorgaben Dekoratives aus getrockneten Rinderschädeln, auf antik getrimmte Tonkrüge und Wollwebereien für seinen Großhandel "Saddle Blanket" in El Paso zusammensetzen. Auch Navajo-Händler haben an die Möglichkeit des *outsourcing* ihrer Kunsthandwerkproduktion nach Mexiko gedacht. Um sie mit dem Siegel "Indian Art" versehen zu können – das in den USA rechtlich geschützt ist – wollten sie jedoch ausschließlich Rarámuri in ihrem Montagebetrieb anstellen.

Am Beispiel von zwei Rarámuri-Gemeinden möchte ich auf folgende Fragen eingehen: 1. welche Faktoren lokal in den letzten Jahren eine Intensivierung der volkskulturellen Produktion auslösten und 2. welche Faktoren unterschiedliche lokale Spezialisierungen förderten. Die Gemeinde Naráachi, in der fast nur Rarámuri leben, ist ein Beispiel für die Intensivierung eines traditionellen Produktionszweiges, der Korb-Herstellung. Die gemischtethnische Gemeinde Norogachi hingegen sticht durch das Wirken mehrerer Rarámuri-Schriftsteller hervor. Parallel zum konstruierten Gegensatz zwischen Elitkultur und Volkskultur wird seitens von Regierungsstellen und Mehrheitsbevölkerung eine Trennlinie gezogen zwischen "Literatur" und "orale Tradition". Erstere begreifen sie nicht als Teil der Volkskultur. Dies hat zur Folge, dass indigene Künstler, die eine moderne, professionelle Ausbildung genossen haben und sich als westlich erachteter moderner Medien wie Schrift, Malerei, Fotografie und Film bedienen, oft auf Desinteresse, Skepsis oder gar Widerstand stoßen (MacClancy 1997: 14-15). In Wirklichkeit aber sorgen indianische Schriftsteller für eine fruchtbare Überlapung beider Bereiche.

Zunächst einmal sei das wirtschaftliche Gewicht des Kunsthandwerkzweigs in Chihuahua eingekreist, wobei das Volumen des Handels mit volkskulturellen Erzeugnissen aufgrund fehlender Erhebungen nur annäherungsweise von dem des Tourismus abgeleitet werden kann. Im Jahr 1995 besuchten rund zwei Millionen mexikanische (83%) und ausländische Touristen (17%) Chihuahua. Der Tourismussektor des Bundesstaates erwirtschaftete 240 Millionen US\$. In der Sierra Tarahumara gaben ausländische Touristen 12% ihres Geldes für Souvenirs aus (Mayer 1999: 239-240). Die Tendenz in diesen Bereichen ist steigend, auch als Folge des aufwendigen Erschließungsprogramms für den Korridor La Paz, Baja California – Creel, Chihuahua, das die Weltbank mitfinanzierte.<sup>3</sup> Die Bewohner in der Umge-

<sup>3</sup> Im August 1995 wurde für die Tarahumara-Region der "Plan Maestro de Desarrollo Turístico Barrancas del Cobre" mit einem Volumen von über 380 Millionen US\$ in Angriff genommen (Mayer 1999: 247-255).

bung des Touristenzentrums Creels setzen deshalb zunehmend auf den Wirtschaftszweig Tourismus und Kunsthandwerkproduktion als Erwerbsquelle. Bewohner von anderen Teilen der Tarahumara haben gleichfalls die Kunsthandwerkproduktion intensiviert, wobei für sie ausschlaggebend war, dass sich die Bedingungen für die landwirtschaftliche Subsistenzproduktion in den letzten Jahren drastisch verschlechtert haben und die Verdienstmöglichkeiten im städtischen 'informellen Sektor' einen großen Anreiz darstellen. Heute prägen mehrere Hundert im Straßenverkauf tätige oder insbesondere an Straßenkreuzungen bettelnde Rarámuri das Stadtbild von Chihuahua. Rarámuri haben seit Jahren einen festen Platz in dem durch ethnische Arbeitsteilung gekennzeichneten Straßenverkauf, der in den Großstädten von Nordmexiko verbreitet ist (Millán/Rubio 1995: 164-187). Indigene Wanderhändler – unter anderem Mazahua aus dem Bundesstaat México und Mixteken aus Oaxaca – spezialisieren sich auf bestimmte Verkaufsstrategien, Waren und Orte in der Stadt. Für Rarámuri charakteristisch ist, dass sie um *kóríma*, eine Geldspende, bitten, aber auch dass sie Heilkräuter (die nur die Mestizen konsumieren) und Gebrauchsgegenstände mit traditionellen Formen und aus Naturmaterialien anbieten, wie zum Beispiel Körbe aus den feinen Blättern des *kurú* (Span.: *palmilla*; *Nolina* sp.). Im Zuge dieser Entwicklung ergibt sich eine professionelle Herstellung der kunsthandwerklichen Produkte: Frauen und zum Teil auch Männer im Nordosten der Tarahumara stellen das ganze Jahr über Körbe (*wari*) speziell für den Verkauf in den Städten her. Die einfach geflochtenen Körbe mit quadratischem Boden und rundem Rand sind präkolumbischen Ursprungs.

Manche Männer gehen seit den neunziger Jahren in relativ entfernt gelegene Großstädte, so nach Torreón, Nuevo León, oder in die Grenzstadt Ciudad Juárez, da sich dort bessere Verdienste erzielen lassen. Etliche Männer präsentieren sich nur für den Straßenverkauf durchgehend mit "traditioneller" Rarámuri-Tracht. Dies verbessert erheblich die Verkaufschancen. Sie ziehen eine Kombination aus weißem Hüfttuch, handgewebtem Gürtel, Hemd mit Pluderärmeln, weißes ponchoartiges Überhemd und Stirnband an, die sie auf dem Land oft nur noch an Festtagen tragen. Eine Facette der ethnischen Identifizierung erwächst somit aus dem Bewusstsein, dass etwas Eigenes von dem Anderen deshalb geschätzt und gekauft wird. Verdienste von 1.000 bis hin zu 3.000 Pesos pro Stadtreise sind keine Seltenheit (Mindestlohn pro Tag im Jahr 1995: 30 Pesos). Die Professionalisierung des traditionellen Produktionszweiges hat weitreichende Auswirkungen – sie hat die Arbeitsteilung innerhalb der Haushalte, des Familienlebens, der land-

wirtschaftlichen Arbeit, der wirtschaftlichen Transaktionen und des religiösen Lebens in den Gemeinden der nordöstlichen Tarahumara neu geprägt.

### *3.3 Indigene Literatur als Volkskunst*

In den letzten Jahrzehnten haben sich gerade Rarámuri aus der gemischtethnischen Gemeinde Norogachi weitgehend auf eigene Faust zu Schriftstellern spezialisiert. Norogachi besitzt eine lange Tradition katholischer (jesuitischer) Missionierung und somit einen höheren Anteil an schulgebildeten Rarámuri. Eheschließungen zwischen Rarámuri und Mestizen sind dort keine Seltenheit und gegenseitige Anleihen und Überlappungen im Kulturinventar an der Tagesordnung. Schriftsteller wie Erasmo Palma, Juan Gardea und andere haben folglich einen bikulturellen Familienhintergrund. Der Lebenslauf des inzwischen national bekannten Autors, Musikers und Malers Erasmo Palma (\*1928), ist beispielhaft dafür, wie indianische Schriftsteller in Mexiko lange Zeit in der Isolation von oder gar in Widerstand zur nationalen Kulturpolitik wirken mussten (siehe Beiträge in Montemayor 1993). Erst in den letzten Jahren wurde Palma zu deren Aushängeschild umdefiniert. Im Dezember 2002 wurde ihm für seine kulturelle Arbeit der angesehene "Premio Nacional de Ciencias y Artes" verliehen. Damit wurde einerseits anerkannt, dass er wesentlich das Außenbild über die orale Überlieferung, die Musik und die bildliche Darstellung der Rarámuri beeinflusst hat. Andererseits zeugt der Preis – er wird speziell an indianische Schriftsteller vergeben – von der Diskriminierung, die jene erfahren haben. Noch heute wird von indianischen Literaten erwartet, dass sie sich ausschließlich für die Belange eines als homogen gedachten 'indianischen Volks' einsetzen. In Anlehnung an den romantischen Ethnos-Begriff wird das Kollektive als 'authentische' Volkskultur, das Individuelle hingegen als 'entfremdend' aufgefasst. Schriftsteller wie Erasmo Palma sind aber nicht nur bemüht, das kulturelle Archiv ihrer traditionell schriftlosen Gesellschaft der Nachwelt zu erhalten (Rowe/Schelling 1991: 53). Sie sind auch bestrebt, ihrer individuellen Sicht der Dinge Ausdruck zu geben. Über das Medium Schrift versuchen sie, ihren persönlichen Weltbild- und Geschichtsversionen in und außerhalb ihrer Gemeinde Geltung zu verschaffen und können deshalb auch innerhalb ihrer Gemeinden umstritten sein.

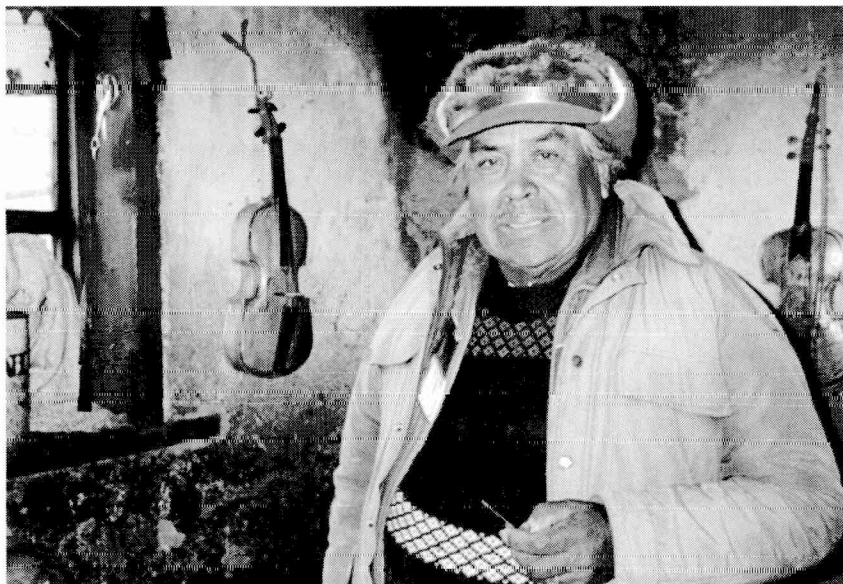


Abb. 5: Schriftsteller, Maler und Komponist Erasmio Palma  
*Foto: Manfred Schäfer*



Abb. 6: Rarámuri-Töpferin in Norogachi, Chihuahua  
*Foto: Manfred Schäfer*

Verdeutlichen lassen sich die gegensätzlichen Interessen am Beispiel von Palmas Hauptwerk, einer Autobiographie (Palma 1992). Den Anstoß zu diesem Werk hatte der Ex-Jesuit und Ethnologe Luis González Rodríguez gegeben. Palma aber verarbeitete entgegen seinem Plan darin eine harsche Kritik an zentralen Aspekten der Rarámuri-Kultur, dem Maisbiertrinken bei religiösen Festen und dem Wirken von traditionellen Heilern im Rahmen von Heilungen mit Peyote. Beim Erscheinen seiner Autobiographie 1992 reagierten Ethnologen und Mitarbeiter von Kultureinrichtungen noch größtenteils mit Verstörung. Sie beurteilten Palmas Ansichten als stark durch katholische Missionierung beeinflusst und daher als "Rarámuri-untypisch". Folglich wurde sein Werk zunächst nicht als Beitrag zur nationalen Volksliteratur anerkannt. Vergleichbare Situationen der Ungleichheit wurden anderswo in Mexiko bereits Anfang der achtziger Jahre seitens indianischer und mestizischer Schriftsteller analysiert und massiv kritisiert (Montemayor 1993). Bei traditionell schriftlosen Gesellschaften wie denen der Rarámuri findet nun mit Jahren Verzögerung eine ähnliche Auseinandersetzung statt. Institutionen wie *Culturas Populares* und des *Instituto Chihuahuense de la Cultura* haben inzwischen das Werk von Erasmo Palma und anderen Rarámuri-Literaten als wichtige Beiträge zur mexikanischen Volksliteratur anerkannt und sorgen nun dafür, dass ihre Schriften der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.

#### 4. Oaxaca: Mekka der mexikanischen Volkskunst

Der Bundesstaat Oaxaca gilt in Mexiko als einer der "traditionellsten" Bundesstaaten, deren Bewohner ihr indianisches Erbe bewahrt haben. Die Mehrzahl der Bevölkerung (54,32%) lebt in Siedlungen unter 2.500 Einwohnern auf dem Land (Aguayo Quezada 2000: 354-355) und 37% der Bewohner Oaxacas, die älter als fünf Jahre sind, sprechen eine indianische Sprache (INEGI 2003).

##### 4.1 Die *guelaguetza* zwischen Tourismus und regionaler Integration

Das Tanzfest der *guelaguetza* ist heute das wichtigste Kulturereignis in Oaxaca mit einer doppelten Bedeutung als Touristenattraktion und Integrationsfaktor innerhalb des Bundesstaates. Zur *guelaguetza* kommen am jeweils dritten und vierten Montag des Juli Delegationen aus den sieben Regionen Oaxacas, um im Freilichttheater des Cerro del Fortín über der Stadt Oaxaca "typische" lokale und regionale Tänze in "traditionellen" Trachten





Abb. 7: Guelaguetza in San Pablo Huixtepec (2000)  
*Foto: Alexander Brust*



Abb. 8: Guelaguetza in Oaxaca-Stadt  
*Foto: Alexander Brust*

vorzuführen. Jede teilnehmende Delegation bringt kunsthandwerkliche oder landwirtschaftliche Erzeugnisse aus ihrer Region mit, um diese dem Gouverneur Oaxacas, der im Präsidium den Aufführungen in Begleitung einer zur Göttin Centétol gekürten Frau vorsitzt, zu übergeben oder ins Publikum zu werfen.<sup>4</sup> Das Mitbringen und Verteilen von Gaben wird in Anlehnung an den reziproken Austausch der zapotekischen Gemeinden rund um Oaxaca herum als *guelaguetza* bezeichnet und hat der Veranstaltung ihren Namen gegeben.

Die *guelaguetza* wurde zum ersten Mal 1932 anlässlich des 400. Jahrestages der Verleihung der Stadtrechte an Oaxaca durchgeführt. Zu diesem Anlass wurden Delegationen aus den Regionen und Vertreter der ethnischen Gruppen des Landes eingeladen, um in der Stadt ihre traditionellen Tänze aufzuführen (Hernández Díaz et al. 2001: 20). Diese Inszenierung der ethnischen Vielfalt des Bundesstaates ist im Kontext der Kultur- und Integrationspolitik des mexikanischen Staates zu sehen, gezielt "edle" Elemente der indianischen Kulturen als Bestandteil der Nationalkultur zu vereinnahmen. Heute wird die *guelaguetza* erfolgreich vom staatlichen Tourismusministerium gefördert, so dass die Stadt Oaxaca im Juli geradezu von Touristen überfüllt ist.<sup>5</sup>

Die Geschichte der *guelaguetza* wird in der Aufführung des *bani stui gual* am Sonntag vor der *guelaguetza* (und in den vergangenen Jahren aufgrund des Besucherandrangs auch mittwochs) im Stadtzentrum präsentiert. Dieser Erzählung nach geht sie auf einen vorspanischen Kult der Mexica (Azteken) zurück, die das Tal von Oaxaca erobert hatten. Der als die *fiesta de los señores* bekannte Kult hat sich im Laufe der Zeit verändert (Hernández Díaz et al. 2001). Er wurde über die Kolonialzeit, die Unabhängigkeit und die Revolution zunächst mit Argwohn betrachtet, danach in die katholischen Feiern zu Ehren der Jungfrau Carmen integriert und erst im zeitgenössischen, modernen Mexiko als Ausdruck der indianischen Kulturen in neuer Form wiederbelebt. Heute ist die *guelaguetza* für Oaxaca, wo ein starker Regionalismus herrscht, ein wichtiger Integrationsfaktor. Die Auf-

---

<sup>4</sup> Im Rahmen des Festivals findet ein Wettbewerb zwischen Kandidatinnen der regionalen Delegationen statt, die in manchen Aspekten einer Miss-Wahl gleicht. Unter den Frauen, die Expertinnen in ihrer jeweiligen indigenen Kultur sein müssen, wird die Göttin Centétol gekürt.

<sup>5</sup> 2000 besuchten 1.564.936 Touristen den Staat Oaxaca, davon 1.276.938 Mexikaner und 287.998 Nicht-Mexikaner, die umgerechnet ca. 415 Millionen US\$ ausgaben. Auf Oaxaca-Stadt entfallen davon insgesamt 676.638 Besucher, die umgerechnet 200 Millionen US\$ ausgaben (COPLADE 2002: 51).

führung der Geschichte der *guelaguetza* erinnert die oft nach Autonomie strebende Lokalbevölkerungen daran, dass seit der vorspanischen Zeit durch Tributzahlungen und Kulte enge Bande nach Zentralmexiko bestanden und dass diese Beziehungen über das Tal von Oaxaca und die heutige Landeshauptstadt liefen. Über die Präsenz der Delegationen aus sieben Regionen wird eine Identifikation geschaffen, die über die aktuellen, ökonomisch wichtigeren transregionalen und transnationalen Verbindungen hinwegtäuscht. Die oaxaqueenischen Landesteile orientieren sich, z.B. im Fall der Region Mixteca, wirtschaftlich an Mexiko-Stadt, Puebla, Tijuana und Kalifornien oder, wie im Fall der Region Tuxtepec, an Veracruz.

Die Teilnahme an der *guelaguetza* ist jedoch stark umkämpft. Das Festival ist so strukturiert, dass Tänze zu Beginn und zum Abschluss der *guelaguetza* von den Delegationen aus dem näheren Umkreis der Stadt Oaxaca, den Valles Centrales, aufgeführt werden, während dazwischen Vertreter der anderen sechs Regionen Oaxacas tanzen. Die *danza de la pluma* bildet den eindrucksvollen Abschluss der Tänze. Neun männliche Tänzer interpretieren den Mexica-Herrscher Moctezuma und seine Berater, die auf das Eindringen der spanischen Konquistadoren reagieren. Die Gemeinden Teotitlán del Valle, Santa Ana del Valle, Coyotepec, Cuilapan, Zaachila, Huixtepec und Quiavini, in denen traditionell die *danza de la pluma* getanzt wird, konkurrieren um die Ehre, mit einer Delegation den Tanz in der Landeshauptstadt aufführen zu dürfen. Die Auswahl trifft ein *consejo de autenticidad* (Authentizitätsrat), der sich aus verdienten Bürgern Oaxacas zusammensetzt. Diese überprüfen die Richtigkeit der Trachten, die Echtheit der Schritte und die Sprachkenntnisse der Teilnehmer in ihrer jeweiligen Muttersprache. In Oaxaca ist es jedoch eine verbreitete Meinung, dass persönliche Beziehungen, die wirtschaftliche und politische Bedeutung und das parteipolitisch richtige Wahlverhalten eines Ortes ausschlaggebend für die Berücksichtigung einer Gemeinde sind. Eine Beteiligung auf der *guelaguetza* kann auch eine Art politisches Pfand sein, das im Nachhinein als Loyalität gegenüber dem Regime eingefordert wird. Auf der *guelaguetza* 2001 traten auf Anregung staatlicher Kulturinstitutionen erstmals Tänzer aus Coyotepec und Zaachila gemeinsam auf, um als Spektakel die "größte" *danza de la pluma* aller Zeiten vorzuführen. Lokale Eigenheiten im Tanzstil wurden aufgrund politischer Überlegungen in den Hintergrund gedrängt, um mehr Gemeinden an die Landesregierung binden zu können. Angehörige der Landesregierung sind aus dem gleichen Grund bestrebt, an der *guelaguetza* aktiv teilzunehmen.



Abb. 9: Ausstellung "Danza del la Pluma" im Gemeindemuseum von Santa Ana del Valle  
*Foto: Alexander Brust*



Abb. 10: Gemeindemuseum in Teotitlán del Valle  
*Foto: Alexander Brust*

Auf lokaler Ebene, in den zapotekischen Gemeinden um Oaxaca herum, haben die *guelaguetza* und die *danza de la pluma* wichtige rituelle Funktionen für das Gemeinwesen. Anders als die 15-minütige Darbietung in Oaxaca werden die einzelnen Tänze der *danza de la pluma* mit Unterbrechungen bis zu drei Tagen hintereinander aufgeführt. Die Teilhabe ist ein Amt, das die Tänzer innerhalb des lokalen Ämtersystems drei Jahre lang übernehmen (Cohen 1993: 149-155). Die *guelaguetza* ist in den zapotekischen Gemeinden ein System reziproken Austausches, der es den einzelnen Familien finanziell ermöglicht, die kostspieligen Feste für die Schutzheiligen sowie Hochzeitsfeiern mit bis zu 500 Gästen auszurichten. Insbesondere Frauen bitten Verwandte oder Bekannte um die Leihgabe bestimmter Produkte, die zur Ausrichtung einer Feier notwendig sind.<sup>6</sup>

Die lokale Bedeutung der *danza de la pluma* und die Funktion des Festivals in Oaxaca sind jedoch keine Gegensätze, sondern Teil eines Interaktionskomplexes. Landbewohner und Regionalpolitiker nutzen beide Arenen und nehmen Einfluss auf die "traditionellen" Tänze, um kontextbezogen ihre Interessen in der Gegenwart zu artikulieren und durchzusetzen.

#### 4.2 Kunsthandwerk in Oaxaca

Die Herstellung von Kunsthandwerk ist ein beschäftigungsintensiver Wirtschaftszweig in Oaxaca, dem sich 400.000 Frauen und Männer der insgesamt 3,5 Millionen Einwohner widmen (Hernández Díaz et al. 2001: XI). Kunsthandwerker produzieren heute in Oaxaca Gebrauchsgegenstände für den Haushalt und religiöse Zeremonien, wie aufwendig gearbeitete Kerzen. Sie stellen darüber hinaus Gegenstände her, die als Dekoration genutzt werden.<sup>7</sup> Hierzu zählen einerseits Dinge, die traditionell als Dekoration dienten, wie etwa Gold- oder Silberschmuck. Andererseits haben sie Objekte, die ursprünglich Gebrauchsgegenstände waren, in Dekoratives verwandelt, wie etwa Keramikgefäße. Qualitativ hochwertige Produkte und Unikate haben als Sammlerobjekte für Privatpersonen und Museen eine Marktnische erschlossen (Nash 1993). Zu letzterer Kategorie gehören die *alebrijes*, Holz-

<sup>6</sup> Zur *guelaguetza* in Teotitlán siehe Stephen (1991a). Für eine davon abweichende Darstellung für Mitla siehe Dürr (1996).

<sup>7</sup> Fachleute für Volkskultur versuchen, zwischen der Produktion und dem Gebrauch von materieller Kultur im Familienverbund als Ausdruck der zeitgenössischen Kultur (*arte popular*), deren Kommerzialisierung über lokale und regionale Märkte (*artesanías*) und der seriellen Produktion unter Lohnverhältnissen (*industrias populares*) zu unterscheiden (Kandt o.J.: 29-31).

schnitzereien (Chibnik 2000), und die auffallenden Wollteppiche, die in Oaxaca auf den Märkten, in Galerien, in Souvenirläden und von Straßenverkäufern angeboten werden. Verkauft werden die Wollteppiche unabhängig von ihrer Herkunft als zapotekische Webereien aus dem Ort Teotitlán del Valle. Dieser Ort spielt eine besondere Rolle im Hochtal von Oaxaca, denn er gilt als eine der traditionellsten indianischen Gemeinden des Bundesstaates und als Quelle einer authentischen zapotekischen Kunsthandwerktradition seit der vorspanischen Epoche. Die Bewohner Teotitláns legen als Zeichen ihrer eigenständigen ethnischen Identität Wert darauf, die zapotekische Sprache im Alltag zu sprechen und am "religiösen System" der Gemeinde teilzunehmen (Stephen 1991a: 19-20). Gleichzeitig steht der Name Teotitlán für eine einzigartige wirtschaftliche Erfolgsgeschichte im indianischen Mexiko. In den fünfziger Jahren, als der Markt für Gebrauchsgegenstände wie Bett-, Schulterdecken und Ponchos durch industriell gefertigte Produkte im Schwinden begriffen war, begann der mexikanische Staat, indianisches Kunsthandwerk und Tourismus zu fördern. Aufbauend auf den Gebrauchstextilien entwickelten die Weber in Teotitlán Wandteppiche als Kunst- und Sammlerobjekte. Über die Herstellung und die Vermarktung dieser *sarapes* und *tapetes* bestreiten viele Familien in Teotitlán heute ihr Auskommen. Bis in die achtziger Jahre verkauften sie die Teppiche hauptsächlich an mexikanische Einkäufer und Touristen.<sup>8</sup> Der Kaufkraftverlust des Pesos führte dann zu einem Rückgang des nationalen bei einer gleichzeitigen Ausweitung des US-amerikanischen Marktes für mexikanisches Kunsthandwerk. Die niedrigen Preise und Transportkosten machen die Textilien aus Teotitlán für US-amerikanische Importeure zu einem Geschäft mit hohen Gewinnspannen. Auch Teotitlán profitiert von diesem Markt und der wirtschaftliche Wohlstand ist an den stattlichen Häusern und an den zahlreichen Kleinlastern der Händler ersichtlich.

Die Produzenten und Unternehmer Teotitláns passen nicht nur ihre Vermarktungsstrategien, sondern auch die Produkte ständig dem veränderten Weltmarkt und dem Geschmack an, um ihr "traditionelles" zapotekisches Kunsthandwerk verkaufen zu können. Die Bewohner produzieren aus diesem Grund Textilien, die sich an den Wünschen der Kunden hinsichtlich Qualität, Farbgebung und Motivwahl orientieren. Die Bandbreite der Motive, die die zeitgenössischen zapotekischen Wollteppiche zieren, reicht daher von vorspanischen Götterdarstellungen, *greas* (Mäander), Werken von Pi-

<sup>8</sup> Zur Veränderung des Kunsthandwerkmarktes und der Produkte in Teotitlán vgl. Stephen (1991a) und (1991b); Wood (2000); sowie Popelka/Litrell (1991).





Abb. 11: Flor de Piña in San Pablo Huixtepec (2000)

Foto: Alexander Brust



Abb. 12: Fiesta in Santa Ana del Valle

Foto: Alexander Brust

casso oder Miró, bis hin zu geometrischen Mustern der Navajo-Indianer, die heute den Großteil der Produktion ausmachen. An der Hauptstraße der Gemeinde werben spanische und englische Schilder vor den Häusern und Werkstätten der Kunsthandwerker für die zapotekischen Wollteppiche. Bei der Ankunft von potentiellen Kunden inszenieren die Textilverkäufer eine Demonstration des Herstellungsverfahrens auf dem Fuß-Webstuhl, wobei jedes Familienmitglied eine bestimmte Rolle spielt: Ältere Frauen spinnen das Garn, Männer färben Wolle, andere Verwandte weben, erklären den Herstellungsprozess oder führen das Verkaufsgespräch. Das Bild einer zapotekischen Textilproduktion im Familienverbund wird als Marketingstrategie ebenfalls im lokalen Museum vermittelt (Brust 1997). Dort kann der Besucher die Authentizität der lokalen Textilien nachprüfen, um sicherzugehen, ein ursprüngliches Stück Mexiko zu erwerben (Kaplan 1993: 120-122).

#### *4.3 Die sozialen Strukturen der zapotekischen Kunsthandwerksproduktion*

Das Bild einer egalitären zapotekischen Webergemeinschaft erweist sich als fraglich, wenn wir einen Blick auf die soziale Binnenstruktur und die Beziehung Teotitláns zu den Nachbarorten werfen. Die Ausweitung des Textilhandels in den letzten vierzig Jahren hat die soziale Differenzierung und die wirtschaftlichen Unterschiede sowohl unter den Bewohnern Teotitláns als auch zwischen den Gemeinden verstärkt. Die ökonomisch aktive Bevölkerung teilt sich vor allem in zwei Kategorien: Weber, die Textilien herstellen, sowie Händler, die Textilien verkaufen. Zu letzteren zählen 10% der Haushalte in Teotitlán (Stephen 1992: 26). Diese dominieren ebenfalls den Handel und die Vermarktung der Textilproduktion in den Nachbargemeinden und verkaufen die dort hergestellten Teppiche so, als ob sie aus Teotitlán seien. Händler produzieren oft selbst, haben jedoch soviel Kapital akkumuliert, dass sie bei anderen Bewohnern Teppiche zum Weiterverkauf erwerben oder zusätzlich Arbeitskräfte anstellen können, in der Regel solche Weber, die keine eigenen Produktionsmittel besitzen (Stephen 1991a: 24-25; Cohen 1998: 75; Dürr 1996: 102). Die Geschäftsbeziehungen zwischen Händlern und Webern werden auch über die Gemeindegrenzen hinweg oft auf der Grundlage von Verwandtschaftsverhältnissen etabliert. Weber verkaufen ihre Textilien an verwandte Händler, diese wiederum lassen Textilien bei ihren Patenkindern produzieren.

Wirtschaftlich erfolgreiche Weber können zu Händlern aufsteigen. Daher entwickeln Weber laufend Strategien, um neue Marktsegmente zu erschließen, direkte Kontakte zu US-amerikanischen Großhändlern aufzubauen

en und durch bessere Standorte an eine Laufkundschaft verkaufen zu können. Manche Weber schließen sich zu einer Kooperative zusammen, um die Kosten für den Unterhalt eines Ladens, einer Internetseite oder die Produktion anderer Werbeträger zu teilen (Cohen 1998; 2000). Ein Beispiel für die zapotekische Medienproduktion ist das Video “Seenau Galvain – La vida sigue” (Contreras/García 1998) der Kooperative “Sarapes, Arte y Tradición SCL” aus Teotitlán.

## 5. Ausblick

Wollteppiche der Zapoteken sowie Körbe der Rarámuri weisen, was ihre Form, Herstellungsweise und zum Teil überregionale Vermarktung anbelangt, einerseits Konstanten auf, die bis in die präkolumbische Zeit zurückreichen. Andererseits haben sich in ganz Mexiko als Folge der Staatsbildung, der Industrialisierung und der Ausweitung des Tourismussektors im 20. Jahrhundert das wirtschaftliche Gewicht und die soziale Bedeutung des Kunsthandwerks sowie seine Tragweite als Vehikel sozialer Identität einschneidend verändert. Die gesteigerte nationale und internationale Nachfrage nach ‘authentisch Indianischem’ hat zu einer Professionalisierung und Rationalisierung der Produktion auch in bäuerlichen Haushalten geführt. Hand in Hand mit dem veränderten Stellenwert der volkskulturellen Erzeugnisse wird soziale Identität neu definiert. Diese Transformationsprozesse manifestieren sich lokal und regional unterschiedlich: Die Gemeinde Teotitlán del Valle steht als Beispiel für eine fortgeschrittenere Einbindung in den globalen Markt, während die marktorientierte Produktion in der Chihuahuenser Gemeinde Naráachi jüngeren Datums ist (zu vergleichbaren Entwicklungen in Chiapas siehe Novelo 2000).

Konsumenten, Händler und Kuratoren üben großen Einfluss auf Mustergestaltung, Produktionsprozess und Vermarktung der “präkolumbischen” Güter aus. Die dyadischen Beziehungen zwischen innovatorischen Kunsthandwerkern auf der einen und Ethnologen, Museumsfachleuten oder Galeristen auf der anderen Seite waren maßgeblich für die Entstehung von Produkten, die nun als ‘urmexikanisch’ angesehen werden wie Wollteppiche mit Navajo-Designs aus Teotitlán, Fadenbilder der Huichol, Eisenholzfiguren der Seri, Teufelskeramik aus Ocumicho, Michoacán, und die der archäologischen Stätte Paquimé in Chihuahua nachempfundenen polychromen Tonkrüge (Smith 1997). Sie finden aktuell aufgrund solcher globaler Markttrends wie dem “Southwest”-Inneneinrichtungsstil international großen Absatz.

Die Produzenten haben geringe Einflussmöglichkeiten auf globale Moden und auf die auf internationale Arbeitsteilung aufbauenden Produktionsprozesse (Stephen 1993: 48). Die Kunsthandwerker versuchen jedoch, Einflussmöglichkeiten wahrzunehmen und Verdienste zu optimieren. Als Gegenstrategie zur Piraterie von Designs und zur Massenproduktion "ethnischer" Waren etwa in Asien wenden sie sich neuen Formen der Vermarktung zu, um die Einzigartigkeit und Authentizität ihrer Produkte hervorzuheben. "Indigen" angezogene Straßenverkäufer oder Betreiber von lokalen Museen inszenieren nun sorgfältig den Kontext, in welchem sie ihre Erzeugnisse zum Verkauf anbieten. Um einen Kontrollverlust über das im Ursprung lokale Handwerk abzuwenden, verfolgen Familien und Nachbarn zudem ähnlich wie Unternehmen transnationale Strategien. Migranten aus Oaxaca betreiben in Tijuana Läden, in denen zapotekische Webartikel vertrieben werden, die auf den grenzüberschreitenden Tourismus zugeschnitten sind. Die Waren bestellen sie teilweise per Fax und Telefon bei Verwandten im Heimatort.

Das neue, überlokale ethnische Selbstverständnis solcher transnationaler Gemeinden stützt sich wesentlich auf den Anspruch, den Produzenten und Händler über Artefakte auf eigene lokale kulturelle Traditionen erheben. Neben Artefakten werden Feste genutzt, um den lokalen, regionalen und transnationalen Identitätsebenen Ausdruck zu verleihen. Feste wie Halloween, der *altar de los muertos* und die *guelaguetza* sind zentrale Arenen, in welchen lokale Bevölkerungen um die Anerkennung ihrer ästhetischen Ausdrucksformen ringen und Vertreter des mexikanischen Staates im Gegenzug die Auseinandersetzungen als Bestätigung regionaler und nationaler Belange umzudefinieren versuchen. Auf transnationaler Ebene verleihen Migranten und Dorfbewohner diesen Festen neue Bedeutungen, um ihre sozialen Beziehungen neu zu strukturieren. Folglich sind auch Feste – darunter die *guelaguetza*-Feiern oaxaquenischer Migranten in den USA – Ausdruck der Schnittfläche und Dynamik von Tradition und Moderne, von Lokalem und Globalem, von Innovation und Bewahrung sowie Teil von übergeordneten Prozessen von Herrschaft und Widerstand, die die Volkskultur in Mexiko kennzeichnet.

## Literaturverzeichnis

- Aguayo Quezada, Sergio (Hrsg.) (2000): *El almanaque mexicano*. Mexiko-Stadt: Hechos Confiables-Proceso-Grijalbo.
- Brading, David A. (1989): "Manuel Gamio y el indigenismo oficial en México". In: *Revista Mexicana de Sociología*, 51, 2, S. 267-284.
- Brown, Michael F. (1998): "Can Culture be Copyrighted?". In: *Current Anthropology*, 39, 2, S. 193-206.
- Brust, Alexander (1997): *Inszenierung lokaler Geschichte und Tradition. Die Entstehung des Gemeindemuseums "Gulaa Xtee Guech Gulal" in Teotitlan del Valle, Oaxaca, Mexiko*. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Berlin: Freie Universität.
- Chibnik, Michael (2000): "The Evolution of Market Niches in Oaxacan Woodcarving". In: *Ethnology*, 39, 3, S. 225-242.
- Cohen, Jeffrey H. (1993): "Danza de la Pluma: Symbols of Submission and Separation in a Mexican Fiesta". In: *Anthropological Quarterly*, 66, 3, S. 149-158.
- (1998): "Craft Production and the Challenge of the Global Market: An Artisans' Cooperative in Oaxaca, Mexico". In: *Human Organization*, 57, 1, S. 74-82.
- (2000): "Textile Production in Local Oaxaca: The Complexities of the Global Market for Handmade Crafts". In: Grimes, Kimberley M./Milgram, B. Lynne (Hrsg.): *Artisans and Cooperatives: Developing Alternate trade for the global economy*. Tucson: University of Arizona Press, S. 129-141.
- COPLADE Oaxaca (2002): "Boletín de Indicadores Económicos". In: <<http://www.oaxaca.gob.mx/coplade>> (16.04.2003).
- Dietz, Gunther (1992): *Entre industrialización forzada y autogestión comunal: Balance de medio siglo de fomento a la alfarería en Michoacán*. Manuskript. Hamburg: Universität Hamburg.
- Dürr, Eveline (1996): *Mitla zwischen Tradition und Moderne. Wandel einer zapotekischen Gesellschaft*. Münster: LIT Verlag.
- Fomento Cultural Banamex (1998): *Great Masters of Mexican Folk Art: From the Collection of Fomento Cultural Banamex*. Mexiko-Stadt: Fomento Cultural Banamex.
- García Canclini, Néstor (1982): *Las culturas populares en el capitalismo*. Mexiko-Stadt: Editorial Nueva Imagen.
- (1989): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Mexiko-Stadt: Grijalbo.
- Gardea, Juan/Chávez Ramírez, Martín (1998): *Kite amachíala kiya nirúame. Nuestros saberes antiguos*. Chihuahua: Dirección General de Educación y Cultura.
- Hannerz, Ulf (1996): *Transnational Connections. Culture, People, Places*. London: Routledge.
- Hernández Díaz, Jorge et al. (2001): *Artesanías y artesanos en Oaxaca: Innovaciones de la tradición*. Ixcotel, Oax.: Instituto Estatal de Educación Pública/CONACULTA/FONCA.
- INEGI (2001): "XII Censo General de Población y Vivienda, 2002. Estadísticas Sociodemográficas". In: <[http://www.inegi.gob.mx/estadisticas/espanol/sociodem/asentamientos/ase\\_05.html](http://www.inegi.gob.mx/estadisticas/espanol/sociodem/asentamientos/ase_05.html)> (29.04.2003).

- (2003): "XII Censo General de Población y Vivienda, 2002. Síntesis de Resultados". In: <<http://www.inegi.gob.mx/difusion/espanol/poblacion/definitivos/nal/sintesis/lengua.pdf>> (29.04.2003).
- Kandt, Vera B. (o.J.): "Arte Popular, Artesanías e Industrias Populares, tres conceptos, tres dimensiones". In: *Etnias*, 2. Oaxaca: Centro de la Culturas Oaxaqueñas, S. 29-31.
- Kaplan, Flora S. (1993): "Mexican Museums in the Creation of a National Image in World Tourism". In: Nash, June (Hrsg.): *Crafts in the World Market*. Albany: University of New York Press, S. 103-125.
- Kearney, Michael (1996): "Die Auswirkungen globaler Kultur, Wirtschaft und Migration auf die mixtekische Identität in Oaxacalifornia". In: Karlen, Stefan/Wimmer, Andreas (Hrsg.): *"Integration und Transformation": Ethnische Gemeinschaften, Staat und Weltwirtschaft in Lateinamerika seit ca. 1850*. Stuttgart: Verlag Hans-Dieter Heinz, S. 329-349.
- Kummels, Ingrid (2001): "Reflecting Diversity: Variants of the Legendary Footraces of the Rarámuri in Northern Mexico". In: *Ethnos*, 66, 1, S. 73-98.
- Levi, Jerome M. (1992): "Commoditizing the Vessels of Identity: Transnational Trade and the Reconstruction of Rarámuri Ethnicity". In: *Museum Anthropology. Journal of the Council for Museum Anthropology*, 16, 3, S. 7-24.
- MacClancy, Jeremy (1997): "Anthropology, Art and Contest". In: MacClancy, Jeremy (Hrsg.): *Contesting Art: Art, Politics, Identity in the Modern World*. Oxford/New York: Berg, S. 1-25.
- Mayer, Georg (1999): *Interner Kolonialismus und Ethnozid in der Sierra Tarahumara (Chihuahua, Mexiko)*. Tübingen: Universität Tübingen (Tübinger Beiträge zur Geographischen Lateinamerika-Forschung, Heft 17).
- MEXartes-Berlin.de-Festivalreader (2002): *Berlin goes Mexiko. Das Mexiko-Programm vom 15.09.-07.12.02*. Berlin: Haus der Kulturen der Welt, u.a.
- Millán, Saul/Rubio, Miguel Angel (1995): "Migrantes mixtecos en Baja California". In: INI: *Región Noroeste. Etnografía contemporánea de los pueblos indígenas de México*. Mexiko-Stadt: INI, S.133-215.
- Montemayor, Carlos (Hrsg.) (1993): *Situación actual y perspectivas de la literatura en lenguas indígenas*. Mexiko-Stadt: CNCA.
- Nash, June (1993): "Introduction". In: Nash, June (Hrsg.): *Crafts in the World Market*. Albany: University of New York Press, S. 1-22.
- Novelo, Victoria (Hrsg.) (2000): *Artífices y artesanías de Chiapas*. Mexiko-Stadt: CONACULTA.
- Palma, Erasmo (1992): *Donde cantan los pájaros chuyacos*. Chihuahua: Talleres Gráficos del Gobierno del Estado.
- Popelka, Cheryl Ann/Litrell, Mary Ann (1991): "Influence of Tourism on Handcraft Evolution". In: *Annals of Tourism Research*, 18, 3, S. 392-413.
- Rowe, William/Schelling, Vivian (1991): *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*. London/New York: Verso.
- Smith, Sandra (1997): *Portraits of Clay. Potters of Mata Ortiz*. Tucson: University of Arizona Press.
- Stephen, Lynn (1991a): *Zapotec Women*. Austin: University of Texas Press.



- (1991b): "Export Markets and Their Effects on Indigenous Craft Production: The Case of the Weavers of Teotitlán del Valle, Mexico". In: Blum Schevill, Margot/Berlo, Janet C./Dwyer, Edward B. (Hrsg.): *Textile Traditions of Mesoamerica and the Andes: An Anthology*. New York: Garland Publishers, S. 381-402.
  - (1992): "Marketing Ethnicity". In: *Cultural Survival Quarterly*. Winter, S. 25-27.
  - (1993): "Weaving in the First Lane: Class, Ethnicity, and Gender in Zapotec Craft Commercialization". In: Nash, June (Hrsg.): *Crafts in the World Market*. Albany: University of New York Press, S. 25-57.
- Wood, William W. (2000): "Flexible Production, Households and Fieldwork: Multisited Zapotec Weavers in the Era of Late Capitalism". In: *Ethnology*, 39, 2, S. 133-148.

## Filmverzeichnis

- Contreras, Fausto/García, Juan José (1998): *Seenau Galvain (La vida sigue)*. Oaxaca, Mexico: Sociedad Coopartiva Sarapes, Arte y Tradición. VHS, Farbe, 7 Min.
- Schäfer, Manfred (1999): *Der Peitschenmann schlägt zu – Eine mexikanische Fiesta*. SWF. DigiVideo, Farbe, 45 Min.